

Introducció

1. Ciutat i urbanització: una història del segle xx
2. Del territori suburbà al paisatge *suburbà*
3. Territori, cultura i paisatge «a temps parcial»
4. La redefinició dels espais de vida i els paisatges del consum: la metàfora del *multiplex*
5. Una nova geografia *low cost* a l'Europa urbana
6. Cultura *easy-going*: mobilitat *low cost* i identitat al paisatge *suburbà*
7. Conclusions: societat i paisatge als territoris de la mobilitat

Bibliografia

# PAISATGES DE LA MOBILITAT: DELS ESPAIS *MULTIPLEX* ALS AEROPORTS *LOW COST*

## Introducció

La morfologia i l'evolució del paisatge, que sempre tradueixen les relacions que els individus estableixen amb els llocs, s'han explicat tradicionalment com un resultat o una funció de les maneres que tenen els individus d'habitar el territori. Així doncs, el vincle entre una comunitat i un paisatge concrets sempre ha tingut a veure amb les activitats i, en definitiva, amb el comportament territorial de la comunitat pel que fa, sobretot, a dues qüestions principals: d'una banda, el tipus d'economia i la manera en què aquesta aprofita els recursos de la natura, els actius del territori, i de l'altra, el tipus d'assentament i de construcció de l'hàbitat edificat del qual deriven tant l'estructura del poblament com les característiques, funcionals i estètiques, de la forma construïda. D'aquesta manera, societats agràries o industrials han pogut donar lloc a paisatges característics, entesos com una síntesi no només de la natura econòmica o social del grup humà que hi habita, sinó també pel que fa al substrat històric i cultural. S'ha establert, així, un fort vincle entre la idea del paisatge i tot un conjunt de conceptes associats a la idea del lloc com la identitat, el vernacle o el caràcter local.

Central tèrmica a Clapham-Junction. Londres



Font: Francesc Muñoz

Ara bé, l'intensísim desenvolupament de la urbanització, sobretot des de la segona meitat del segle XX, i l'escala planetària que la caracteritza actualment plantegen qüestions importants sobre les claus que expliquen no només la producció de paisatges, sinó el seu significat real en termes de caracterització, identificació o diferenciació d'una societat determinada. Moltes de les preguntes que suggereixen els processos d'urbanització del territori tenen a veure amb dinàmiques com la importància progressiva de la mobilitat de les persones, un procés que s'associa a la producció de paisatges específicament vinculats amb la gestió dels fluxos, d'una banda, i amb el suport territorial d'aquesta mobilitat, de l'altra.

Dit d'una altra manera, la mobilitat de les persones no només ja és un element definitiu que cal considerar per entendre el funcionament del territori, sinó que assistim a la producció de tipologies específiques de paisatge relacionades amb les formes que presenta aquesta mobilitat. En la mesura en què, cada vegada més, desenvolupem diferents dimensions de la nostra vida simultàniament a llocs diferents, l'experiència del paisatge no té a veure únicament amb el lloc on s'habita sinó amb tota una sèrie de territoris amb els quals convivim quan configurem els nostres itineraris de mobilitat. Així doncs, a l'hora de caracteritzar conceptes com «l'espai de vida» o «sentit del lloc» és especialment important prendre en consideració un ampli ventall de llocs específicament connotats pel desplaçament. Paisatges derivats de la pròpia infraestructura que gestiona la mobilitat, de les autopistes als aeroports, però també resultat d'un model de territori que s'explica molt més a partir dels fluxos de mobilitat que dels gradients de densitat habitada o construïda.

Rotondes, benzineres-botiga, sales multicinema o aeroports *low cost* fan així explícita l'aparició de paisatges que plantegen una pregunta clau: si la mobilitat s'ha convertit en una manera primordial d'habitar el territori, seria lògic pensar que els paisatges associats a aquesta mobilitat també han adquirit una capacitat específica, no suficientment reconeguda encara, per explicar l'associació entre individu i lloc, entre comunitat i espai

urbanitzat a la qual es feia referència al començament, potser fins i tot més que els paisatges tradicionalment entesos com a garants de la funció de dotar d'identitat pròpia el lloc i d'història compartida els seus habitants.

## 1. Ciutat i urbanització: una història del segle XX

En el decurs dels dos últims segles, el desenvolupament de la ciutat i de la urbanització ha constituït un procés ininterromput que ha tingut una conseqüència molt important: la ciutat ha deixat de ser una excepció en un territori sense urbanitzar i s'ha convertit en la característica més important de l'espai habitat. Un territori on, si bé és veritat que existeixen graus diferents d'urbanització, no és menys cert que els espais no urbanitzats, agrícoles o naturals, dominants al passat, resten com entorns moltes vegades captius, envoltats de trames urbanes, infraestructures i edificació.

Aquest procés de dispersió dels usos del sòl urbà al territori es va produir en primer lloc i amb major intensitat a les ciutats del nord d'Europa, que es van industrialitzar primer i van iniciar abans dinàmiques de metropolització, sobretot des de la segona meitat del segle XX. Unes imatges de la dispersió urbana que van prendre com a arquetip els processos d'*urban sprawl*, correlacionats com ja se sap amb la baixa densitat residencial i l'especialització dels usos del sòl. D'altra banda, les ciutats del sud d'Europa, i en particular les de tradició mediterrània, havien conservat fins avui dia una imatge no menys arquetípica de densitat urbana: continuïtat de la compacitat constructiva i mixtura de les activitats econòmiques i usos del sòl. En canvi, l'evolució recent d'aquestes ciutats compactes mostra un escenari urbà certament més complex que enregistra variants i formes urbanes alternatives a la compacitat i al creixement densificat. Durant els últims trenta anys s'ha produït, de fet, una dispersió progressiva del poblament, de les activitats i de les formes de la urbanització en termes globals a tot el món urbanitzat. Ha aparegut així un espai

Fragmentació del territori a la regió de Barcelona. Badia del Vallès



Font: Francesc Muñoz

metropolità comú a una majoria de ciutats, caracteritzat per una estructura dispersa. Un territori que integra espais, llocs i paisatges diferents, uns més urbanitzats, altres menys construïts, però tots intensament utilitzats per habitants i visitants metropolitans el nombre dels quals varia en funció del temps. Així doncs, la vida urbana, que al segle XIX s'entenia com quelcom característic de la ciutat i que era substancialment diferent a la vida que tenia lloc al camp, ha acabat per abastar de forma total el territori.

Dejan Sudjic descrivia a *The 100 Mile City* (1991) de manera semblant un espai metropolità en el qual les perifèries i els centres, els llocs de densitat i els espais de mobilitat són igualment importants a l'hora de caracteritzar un territori híbrid i urbanitzat de manera tan intensiva com discontinua:

«Però en la seva present configuració, el vell centre urbà no és més que una altra peça al taulell, amb el mateix pes que un aeroport, un centre mèdic o un complex museístic. Tots ells neden en una sopa de centres comercials, hipermercats i magatzems, restaurants de carretera i anònimes naus industrials, circumval·lacions i àrees d'autopista».

## 2. Del territori suburbà al paisatge *suburbà*

Aleshores semblava clar, quan ja s'acostava el final del segle XX, que s'havia produït un canvi radical pel que fa al model de concentració territorial que, durant dècades, havia caracteritzat la formació dels paisatges metropolitans. Les millores i les noves facilitats amb relació al transport i a les comunicacions feien que la necessitat de concentrar usos productius a l'espai de la ciutat fos molt menys rellevant, amb la qual cosa la vella geografia econòmica de grans implantacions industrials i zones franques va quedar substituïda per una xarxa de localitzacions disperses al territori.

El model econòmic que havia engendrat paisatges definits per la densitat urbana i caracteritzats per la presència absoluta de l'activitat industrial, de Detroit a Bilbao, de Torí al Ruhrgebiet alemany, perdia vigència a causa dels intensos canvis que no només afectaven els processos de producció, sinó també les pautes del consum. Quasi en oposició amb els grans aglomerats urbans, on les dinàmiques centre-perifèria explicaven tant les funcions econòmiques com la morfologia del paisatge, va aparèixer de manera ben evident un nou tipus d'espai metropolità dispers, que es podia percebre en aspectes tan tangibles i físics com la pròpia expansió de la urbanització.

Aquest procés continu d'expansió del món urbà del qual parlem es produïa, de fet, des del segle XIX i sempre depenent molt de la tecnologia. Els transports i les comunicacions, de maneres diverses a cada moment històric, havien propiciat la dispersió progressiva dels

llocs de treball, de consum o d'esbarjo freqüentats pels habitants de la ciutat. El ferrocarril, primer, i l'automòbil, després, van ser moments clau en aquesta evolució: el ferrocarril va permetre dirigir i orientar el creixement de la ciutat de forma lineal i va expandir àrees residencials i industrials fora dels primers límits d'una ciutat fins llavors concentrada. L'automòbil va representar l'extensió de la vida urbana cap a àrees molt més llunyanes i va possibilitar creixements de tipus suburbà, radials i, en major o menor mesura, caòtics en funció del traçat de les autopistes metropolitanes. L'automòbil va consolidar així la ciutat suburbana i va donar lloc a noves maneres d'habitar el territori estretament relacionades amb la mobilitat quotidiana. Nous tipus d'habitant, com el resident o el *commuter* —l'habitant pendular— han anat posant de manifest, en aquest sentit, un fet molt clar: l'espai de vida dels habitants urbans ha ultrapassat progressivament els límits de la pròpia ciutat fins a dibuixar un espai metropolità d'extensió variable, habitat diferentment segons l'hora del dia, segons si es tracta d'un dia laborable o del cap de setmana, o fins i tot en funció de la setmana del mes o del mes de l'any.

Pel que fa a les dinàmiques de producció de paisatge, aquesta intensificació de les dinàmiques de dispersió de la urbanització ha suposat en realitat la construcció d'un territori en el qual la baixa densitat residencial ha anat lligada a l'aparició d'un paisatge suburbà que es caracteritza per la clonació dels usos urbans de la ciutat concentrada, adaptats, però, a una escala metropolitana. El resultat principal d'aquest procés pel que fa a la morfologia del paisatge ha estat l'aparició de noves tipologies d'espai urbà definides per la seva vocació i capacitat per atreure, generar o gestionar fluxos de mobilitat.

Així, les activitats econòmiques, que abans se situaven a la ciutat central i a les perifèries immediates, van ocupant nous parcs o districtes industrials, de serveis o de gestió logística de mercaderies a enclavaments estratègics cada vegada més llunyans, fet que correspon a una concepció global d'àrea metropolitana vasta. El comerç es combina amb l'esbarjo a contenidors com les grans superfícies comercials que, situades entre els centres urbans més prevalents i espais de molta accessibilitat viària, no només ofereixen productes bàsics, sinó que s'especialitzen en aspectes concrets del consum, com el mobiliari i el disseny interior (IKEA), el bricolatge (BAUHAUS) o la jardineria (AKI) i que ofereixen, a més, tot tipus d'opcions d'entreteniment i de serveis que van des d'agències de viatges a gimnasos. Així doncs, els antics parcs d'atraccions urbans van donant pas a grans espais temàtics *resort* d'escala regional, el declivi del cinema a l'espai de la ciutat es produeix paral·lelament a l'èxit de les noves sales multicinema, els espais *multiplex*, mentre que la nova activitat dels aeroports de segona categoria, on operen les línies aèries de baix cost, planteja alternatives a l'ús dels aeroports de primer rang, situats prop de les ciutats centrals.

Estudiosos com el geògraf Giuseppe Demateis o l'urbanista Robert Fishmann explicaven a final de la dècada dels noranta que aquesta dilatació física de l'espai construït i, en general, les dinàmiques de suburbanització feien que fos cada vegada més fàcil trobar característiques metropolitanes a llocs tradicionalment al marge dels processos d'urbanització. Fishmann (1998) argumentava fins i tot el «final de la ciutat», més específicament, de la «gran ciutat». Una metàfora que insistia en el fet que el tipus de territori metropolità que havia estat necessari per al desenvolupament del cicle econòmic fordista durant el decurs del segle XX, la gran metròpolis, la gran ciutat, ja no era un requeriment tan important des del punt de vista de l'acumulació tardocapitalista.

Ja no era tan necessari, així doncs, concentrar ni infraestructura, ni força de treball, ni capital i, en canvi, sí que s'aprofitaven els avantatges de la dispersió dels usos urbans del sòl. Un tipus de territori on les ciutats de dimensió intermèdia, més que les grans capitals, començaven a emergir com a centres urbans importants en el marc de l'economia global.

Tant la distribució dels espais *multiplex* com la nova geografia que representen els aeroports *low cost*, dues de les tipologies d'espai més noves d'aquest nou paisatge suburbà, corresponen molt més a la lògica territorial d'aquestes ciutats intermèdies que no pas a la de les grans capitals.

Així, els espais *multiplex* se situen a llocs equidistants entre centres urbans de rang mitjà o entre teixits suburbans de caràcter dispers. D'altra banda, les companyies de baix cost no operen des dels aeroports principals, els que, durant mig segle a Europa, havien permès d'identificar una companyia de bandera nacional amb un Estat concret i que se situaven a la capital administrativa o econòmica del país. Ans al contrari, cerquen al territori infraestructures aeroportuàries de rang menor però amb unes condicions òptimes de centralitat potencial i d'accessibilitat real a la xarxa de transports viària i ferroviària. Noms com Reus o Vilobí d'Onyar (Girona) a Catalunya, Treviso al Vènet italià, Gatwick a Londres o Kosice-Bratislava a Eslovàquia configuren actualment la toponímia d'aquesta nova cartografia de la mobilitat *low cost*.

La nova i intensa activitat d'aquests aeroports de segona categoria, situats fora i lluny de les àrees urbanes centrals, ha anat lligada a més a més a les ràpides rotacions en l'estructura dels usos del sòl, que han provocat processos accelerats de transformació del paisatge. Espais agrícoles i periurbans mostren així l'emergència d'un paisatge *low cost* que es pot observar, a Europa, al voltant dels aeroports on operen companyies com Easyjet o Ryanair.

Un paisatge *low cost* on les carreteres secundàries, els centres comercials, els espais de pàrquing i les emergents àrees residencials o de serveis de caràcter banal



## La urbanització dispersa a la ciutat de Barcelona. Habitatges unifamiliars aïllats



Font: Francesc Muñoz

imprimeixen un marcat caràcter que podríem qualificar de *suburbà*, on les imatges tradicionals de *suburbia* es barregen amb els vestigis del paisatge, la cultura i la iconografia rural encara existent.

Es tracta, així doncs, d'una autèntica reinvençió del paisatge urbà a un context rural, vinculat al paper de l'aeroport no pas en relació amb la metròpolis central, sinó en relació amb ciutats intermèdies i territoris molt menys urbanitzats. Un nou tipus de paisatge suburbà comença així a caracteritzar aquests antics espais agrícoles, la transformació dels quals no s'explica actualment en funció de la ciutat i de les seves necessitats de creixement i d'expansió física, sinó de la nova natura que representa un camp ja urbanitzat.

### 3. Territori, cultura i paisatge «a temps parcial»

En aquest nou context metropolità, tant la manera d'habitar l'espai com el tipus d'experiències urbanes que s'hi viuen fan referència a dos elements clarament interrelacionats. D'una banda, i com ja s'ha dit, la mobilitat constitueix un element cada vegada més important a l'hora de definir l'habitació del territori. És a dir, és l'ús temporal dels espais metropolitans el que determina l'apropiació del territori i la identificació amb el paisatge. De l'altra, es comença a constatar l'aparició d'una cultura del desplaçament associada a nous tipus de comportament i d'hàbits culturals. Una cultura de la simultaneïtat i del consum ràpid que es materialitza en processos culturals, com l'ús progressiu i intensíssim del telèfon mòbil, i territorials, com la multiplicació dels territoris de suport i relació de la mobilitat quotidiana. En aquest escenari cultural i territorial, les definicions de ciutat i societat urbana inspirades per l'«univers concentracionista» de la ciutat industrial, en paraules de Giorgio Piccinato (1993), i basades en l'experiència de la densitat com a principal atribut del fet urbà, són clarament insuficients. Així, conceptes com habitant, espai de vida, barri, comunitat, (cultura) local, vernacle, etc., perden contingut o, com a mínim, el reformulen

en un context on la flexibilitat i la mutabilitat dels comportaments configuren un individu metropolità que habita geografies variables en ciutats de geometria igualment variable.

Però si aquesta mobilitat és l'element que caracteritza progressivament l'experiència metropolitana, com es desenvolupa el sentiment de pertinença al lloc en un context cultural i territorial definit d'aquesta manera?

Els individus habiten i s'apropien de territoris diferents però, precisament a causa dels nous patrons de mobilitat, ho fan a partir d'un sentiment de pertinença al lloc que és anàleg i estandarditzat. D'aquesta manera, malgrat que els territoris freqüentats o habitats no són els mateixos, l'experiència del lloc que s'hi produeix és, en canvi, força similar i comparable. Un sentiment del lloc compatible, per tant, amb la lògica del temps parcial. Així doncs, de la mateixa manera que l'espai habitat es configura a partir dels retalls de territori on es viu, on es treballa o que es visita, el sentiment del lloc també es construeix a partir dels segments de temps viscuts de forma igualment fragmentada i discontinua. Tant una cosa com l'altra revelen un tipus d'interacció especial entre individu i paisatge caracteritzada per algunes constants. Una relació que seria:

- Independent de límits legals o administratius.
- Desconnectada de les característiques vernaculars locals, relatives tant a l'espai físic com social, normalment presents en la definició clàssica del lloc i que es transmeten o es tradueixen al paisatge.
- Desvinculada del substrat cultural comú que amalgama una comunitat determinada i que configura el caràcter igualment divers d'un paisatge concret.
- No compromesa amb els continguts que tradicionalment han caracteritzat la ciutat com l'espai de la *civitas*. És a dir, un espai hàbil per ser habitat en termes socials, culturals i polítics.

La vida metropolitana actual ja ofereix exemples clars d'aquestes característiques, com és el cas de l'ús social dels espais com els *multiplex* o els aeroports *low cost*, uns dispositius que ja formen part d'una cartografia sociològica nova, feta de llocs i moments definits per la multiplicitat i la flexibilitat.

### 4. La redefinició dels espais de vida i els paisatges del consum: la metàfora del *multiplex*

Com s'avançava anteriorment, la nova estructura de la mobilitat metropolitana, caracteritzada per un augment del nombre global de desplaçaments que cobreixen cada vegada més distàncies i per un ús creixent i indiscriminat de l'automòbil, ha afectat molt clarament

els patrons de consum i, en conseqüència, l'estil de vida. Cada vegada més accions de consum que acostumaven a tenir lloc a la ciutat, el territori més densament urbanitzat, comencen a donar-se també a contenidors situats entre ciutats, ben comunicats per la xarxa d'autopistes. A la galeria d'espais que componen aquests nous paisatges metropolitans, destaquen especialment els llocs d'oci com a grans atractors de mobilitat, capaços de concentrar, com si fossin ciutats a temps parcial, grans quantitats de població en moments molt determinats, com succeeix els caps de setmana. Així doncs, espais com els parcs temàtics, centres comercials o *outlet stores*, alteren temporalment les densitats a les regions metropolitanes. Una cartografia oculta emergeix regularment en moments concrets i en aquest sentit les noves sales multicinema destaquen per la seva capacitat per atreure un esbarjo metropolità que es caracteritza per la seva continuïtat i alta freqüentació.

Una mínima explicació de la gènesi d'aquesta dinàmica territorial ens demostra que el primer hàbit de consum afectat per aquest procés de buidatge del contingut comercial urbà i la seva localització al territori dispers va ser la compra de productes de primera necessitat, amb l'aparició dels supermercats i hipermercats que han evolucionat fins a convertir-se en grans complexos comercials especialitzats. Així, del concepte inicial d'«anar a fer la compra» una vegada per setmana a l'hipermercat, l'hàbit de consum ha evolucionat fins «l'anar a comprar», la qual cosa fa evident l'associació definitiva entre consum i oci, entre temps de consum i temps lliure.

Així, i en la mesura en què el temps d'estada al contenidor és cada vegada superior, s'han començat a implementar tot tipus de dispositius per ocupar aquest temps: àrees d'espectacles o de jocs, guarderies i restaurants. El cinema s'ha anat incorporant en aquesta dinàmica com una peça més d'aquest procés però ha acabat assolint un protagonisme molt clar, fins al punt que ha donat lloc a una tipologia d'espai específica i certament nova: el *multiplex*. Un espai d'oci vinculat al consum de cinema que es defineix per tres característiques. En primer lloc, una major varietat de pel·lícules i d'horaris, de manera que les opcions es multipliquen i són molt més flexibles. En segon lloc, un nombre més gran de sales que són de menor grandària i aforament en comparació amb les dimensions del cinema urbà tradicional. En tercer lloc, la possibilitat de combinar l'acció d'anar al cinema amb altres opcions d'oci. D'aquesta manera, els *multiplex* ofereixen més independència pel que fa a l'objecte de consum, el cinema, però sobretot pel que fa al moment i al lloc on aquest consum es fa efectiu. A més a més, l'espai *multiplex* ofereix, a part del cinema, diverses opcions d'oci que acostumaven a tenir el seu lloc a la ciutat i que es proposaven a diferents indrets i en moments diversos. En canvi, a l'espai *multiplex*, tenen lloc de forma concentrada i simultània.

Àrea de *duty free* a l'aeroport *low cost* de Gatwick. Londres



Font: Francesc Muñoz

Els espais *multiplex*, per tant, actuen com a compressors spatiotemporals, de manera que l'oci esdevé un espai-temps flexible, ambigu i elàstic. En aquest sentit, els *multiplex* potser representen la tipologia d'espai que millor il·lustra el fet que, actualment, l'ús del territori es caracteritza per la indiferència envers el lloc i la independència amb relació al temps. Una metàfora perfecta del procés de producció de paisatges, igualment independents dels llocs i de la seva història, que caracteritza els espais metropolitans.

Així doncs, als *multiplex* tot respon a la lògica de l'estandardització i de l'analogia: els tiquets d'entrada que inclouen un *happy meal*, les begudes i *snacks* per emportar-se, la possibilitat de disposar d'una varietat més gran de pel·lícules, etc. Aquestes característiques es troben a qualsevol *multiplex* i ofereixen, amb certesa absoluta, que hi haurà un comportament anàleg que es pot repetir indefinidament a qualsevol nou punt del territori. La mateixa estandardització i analogia que trobem a qualsevol peatge, benzinera-botiga o aeroport. Paisatges de la mobilitat construïts de forma discontinua però que comparteixen una mateixa natura comuna: l'autisme explícit envers el lloc i la recreació implícita de nous codis d'ús social de l'espai que fan referència directament a la cultura de la mobilitat a la qual s'al·ludia anteriorment.

Encara que només sigui per l'espectacular procés d'expansió i l'escala definitivament global, si més no al context europeu, els aeroports *low cost* són l'últim exemple més recent d'aquestes dinàmiques de producció de paisatges de la mobilitat als quals ens referirem a continuació.

## 5. Una nova geografia *low cost* a l'Europa urbana

Les ciutats europees mostren actualment que la centralitat urbana i l'accessibilitat entre territoris són eixos inspiradors de polítiques i d'estratègies de planificació tan o més rellevants que el disseny dels processos de creixement i d'expansió de l'espai construït. En aquest

context territorial, on la gestió de la mobilitat —de persones, mercaderies i informació— té la mateixa importància que la distribució de les densitats, emergeix una nova geografia del fet urbà que no depèn tant de la distància física, sinó sobretot de l'accessibilitat a xarxes de transport i de la connectivitat a un sistema d'infraestructures de caràcter multimodal. En conclusió, la centralitat de les ciutats i els espais urbans s'avalua, així doncs, en relació amb aquests llinars d'accessibilitat on autopistes, trens d'alta velocitat o espais portuaris i aeroportuaris doten el territori de major o menor atractiu i relacions en termes de xarxa. En aquesta nova cartografia de distàncies econòmiques entre ciutats, l'impacte de les línies aèries anomenades «de baix cost» ha estat clau per entendre dos fenòmens que, sense ser nous, presenten una dimensió econòmica, social i territorial certament desconeguda fins ara.

En primer lloc, un canvi d'escala del transport de viatgers per avió. Si bé és cert que els vols comercials tenen història, el creixement exponencial del nombre de passatgers i global del nombre de desplaçaments que enregistren els aeroports europeus mostren una clara «democratització» dels viatges aeris. Una dinàmica que s'explica en gran part a partir de l'important nombre d'operadors *low cost* existents avui dia i la seva intensa activitat.<sup>1</sup> En segon lloc, els espais aero-

Intercanviador de transport públic tren-tramvia urbà. Estació central a Rotterdam



Font: Francesc Muñoz

<sup>1</sup> És cert que els vols *low cost* no constitueixen, en realitat, un fenomen nou ja que tenen un clar precedent en els vols xàrter iniciats a la dècada dels seixanta.

portuaris han guanyat protagonisme a l'espai metropolità i s'han convertit en centralitats que atreuen usos econòmics i provoquen creixements estratègics entre ciutats diferents.

Aquest efecte de centralitat és més important en termes relatius en el cas dels aeroports de segona categoria, caracteritzats fins ara per trànsits estivals o de caràcter interior. Unes infraestructures que no només augmenten les posicions als rànquings aeroportuaris, sinó que generen al seu voltant dinàmiques de creixement suburbà, atracció d'activitat i transformacions pel que fa a l'estructura dels usos del sòl. Una evolució que subratlla el paper organitzador del territori que, com s'avançava abans, tenen actualment les ciutats intermèdies o externes a les corones metropolitanes més centrals, precisament els territoris on se situen preferentment els aeroports *low cost* a Europa.

## 6. Cultura *easy-going*: mobilitat *low cost* i identitat al paisatge suburbà

L'emergència dels vols de baix cost no només s'ha de considerar pel que fa al vessant econòmic o de transformació territorial, sinó que presenta un contingut cultural molt clar. En efecte, encara que només sigui perquè l'accés a bitllets d'avió a un preu reduït ha ampliat el mercat d'usuaris del transport aeri a franges de població noves i més nombroses, els elements culturals que la geografia *low cost* introdueix en l'experiència metropolitana s'han de tenir en compte. En aquest sentit, es poden suggerir tres qüestions principals.

En primer lloc, l'experiència, tant individual com col·lectiva, de les distàncies físiques s'encongeix com a resultat de la major disponibilitat de possibilitats per a la mobilitat que representa l'oferta *low cost*. Així, l'estudi de qüestions com l'oci de cap de setmana, per exemple, ja comença a aportar dades concretes sobre el fet que la disponibilitat de vols a baix preu ha ampliat els arcs territorials de la mobilitat no obligada, sobretot pel que fa a la població jove. L'experiència *low cost*, de fet, encaixa perfectament amb tota una iconografia de la joventut que emfatitza valors com la flexibilitat, el canvi permanent i la mobilitat màxima. Unes imatges que també es fan evidents a les campanyes publicitàries de la telefonia mòbil, igualment orientades a consumidors de la mateixa franja d'edat i que fan referència a tot un univers cultural vinculat a experiències que van des del contacte amb suports audiovisuals, representats a la perfecció pels videojocs, a l'ús intensiu de la tecnologia telemàtica, com passa amb la utilització d'internet. Així, a través d'hàbits com l'ús del correu electrònic o del telèfon mòbil que comencen a presentar un caràcter quotidià, el contacte directe amb el «temps real» de la telecomunicació es fa present a la vida metropolitana i conviu amb l'experiència del «temps històric» del territori i els llocs.



En segon lloc, l'experiència *low cost* implica igualment un ús molt més massiu del mitjà de transport aeri. En revisar les campanyes promocionals o els curtmetratges publicitaris de les companyies aèries de la dècada dels seixanta, sorprèn el fet que el decor de l'espai es mostrava quasi en termes de disseny d'interiors, entre la sala d'estar i el saló del *cocktail bar*. Les cortines a les finestretes o els menús que servien unes somrients cambreres en uniforme demostren que el transport aeri de passatgers cobria un estret mercat de consumidors. En el decurs dels últims trenta anys, el nombre creixent de viatges ha anat ampliant el tipus d'usuari, sobretot gràcies a la institucionalització social de les vacances i a les noves possibilitats per volar a destinacions noves i diferents. L'èxit actual dels vols *low cost* constitueix el punt final d'aquest procés de democratització que abans s'esmentava i ha portat la frontera de l'ús del transport aeri a màxims nous. Més enllà, però, de les xifres, els vols barats també han comportat un ús familiar i pròxim, quasi quotidià i domèstic, de la infraestructura aèria, molt proper fins i tot a l'experiència que caracteritza el transport de rodalies. Això es fa evident en comprovar que l'usuari s'emporta el menjar, viatja amb regals comprats a un altre lloc o utilitza el trajecte com a temps de treball o entreteniment gràcies a l'ordinador personal.

En tercer lloc, l'hàbit de volar *low cost* no es percep com quelcom aliè a l'experiència metropolitana dels individus, sinó que completa una àmplia galeria de situacions caracteritzades per un grau elevat d'estandardització. Una experiència on la percepció del territori es construeix sobre situacions urbanes similars i, sobretot, comparables. Com es deia abans, tots els peatges d'autopista s'utilitzen de manera anàloga, de la mateixa manera que tots els aeroports obeeixen a un disseny iconogràfic i d'espais que afavoreix un comportament certament genèric.

Els aeroports *low cost* responen clarament a la lògica d'aquesta estandardització «fàcil» que Easyjet va fer seva quan la va incloure al nom de la companyia. Un eslògan després replicat i adaptat a totes les seves franquícies comercials. Una estandardització que, tal com es comentava en el cas dels *multiplex*, mostra la maleabilitat del temps i la ductilitat de l'espai en termes físics i reals.

Finalment, els aeroports *low cost* constitueixen una nova etapa en aquest procés que ha situat la mobilitat en el centre de gravetat del fet urbà. Més que un element subsidiari de la densitat, la mobilitat ha esdevingut una manera d'habitar el territori. És la mobilitat la que configura l'espai i l'estil de vida, la que assigna valors nous a la percepció de paisatges, la que determina, així doncs, un sentiment del lloc tant o més fragmentat que els territoris sobre els quals es construeix. Pel que fa al paisatge de manera específica, la nova cultura *low cost* comporta l'aparició de situacions diferents que transformen els paisatges metropolitans: aeroports

d'intensa activitat i creixent jerarquia que se situen «al camp», canvis accelerats del paisatge que n'afecten la capacitat per representar territoris i identificar cultures locals, una estranya hibridació entre els elements característics del paisatge suburbà i la iconografia més bàsica d'un món agrari encara present a un camp que s'urbanitza acceleradament, o una relació entre individu i paisatge que s'entén molt més des del que és mòbil i canviant que des de tot allò entès com a fix i estable. Tendències que donen forma a un nou paisatge «*suburbà*» que posa de manifest una generació també nova de perifèries a les metròpolis europees.

## 7. Conclusions: societat i paisatge als territoris de la mobilitat

A partir de tot el que s'ha suggerit, es poden plantejar dos arguments finals referits a la manera en què expliquem els vincles entre societat i paisatge.

En primer lloc, al començament es proposaven dues qüestions com fortament imbricades amb el comportament territorial de tota comunitat i, per tant, claus a l'hora d'entendre els vincles que s'estableixen entre una comunitat i el paisatge: d'una banda, el tipus d'economia i les formes d'aprofitament dels recursos naturals que han transformat històricament el territori i han donat forma al paisatge; de l'altra, les característiques de l'hàbitat construït, relacionades amb l'estructura del

El teixit històric com a lloc d'oci i consum. Centre comercial a Rotterdam



Font: Francesc Muñoz



poblament i la tipologia de la forma edificada. Doncs bé, el model, les formes i les pautes de la mobilitat que caracteritzen la vida d'una comunitat sobre el territori serien igualment importants a l'hora d'explicar la natura del paisatge entès com a constructe social i cultural.

En segon lloc, a conseqüència de la importància actual de la mobilitat de la població, l'aparició i l'intens desenvolupament de paisatges directament relacionats amb o fortament connotats per la gestió i el suport de la mobilitat planteja una hipòtesi certament suggeridora que es podria formular de la manera següent: és possible que la multiplicació dels paisatges de la mobilitat representi, en realitat, una ruptura pel que fa a les formes tradicionals a través de les quals els individus s'han relacionat amb el territori i identificat amb el paisatge?

Per respondre a aquesta pregunta, i com a conclusió, es pot dir el següent:

Constatem que la relació entre individus i un paisatge determinat, que caracteritzaria el lloc que habiten i que suposadament hauria de traduir i referenciar qüestions d'arrel social com la seva cultura i la seva identitat, és actualment feble. Això és així com a resultat de dues tendències paral·leles i simultànies que fan sistema entre elles.

D'una banda, l'existència d'una multiplicitat de llocs i territoris que acaben configurant l'espai de vida, de manera que del sentit del lloc referit a un únic paisatge, passem a un altre sentiment certament multiplicat i fracturat, construït a partir de fragments d'espai i de temps de caràcter metropolità que són reconeguts per la memòria perceptiva precisament a partir del desplaçament i no de l'estada. És a dir, és la mateixa mobilitat l'element que els vincula i els fa hàbils per desenvolupar aquest nou sentit del lloc associat a un espai de vida també nou i difícil de delimitar, o, en tot cas, que no està determinat únicament pel lloc d'habitació.

De l'altra, la immensa capacitat actual per replicar i clonar paisatges a llocs diferents permet que l'associació entre lloc i paisatge sigui certament menys clara i es transformi en un vincle borrós o almenys fàcilment permutable a ambdues parts de l'associació. És a dir, si, d'una banda, és possible recrear qualsevol paisatge a un lloc determinat i, de l'altra i a la inversa, qualsevol lloc pot acollir un paisatge concret, això vol dir que qualsevol paisatge pot associar-se a qualsevol lloc: la rèplica de les platges balineses al contenidor d'oci *Tropical Island* a Berlín, les pistes d'esquí a l'interior del centre comercial *Xanadú* a Madrid, la clonació dels carrers de Nova Orleans a l'ala sud del centre comercial *Trafford Centre* a Manchester, el llenguatge formal de l'arquitectura oriental, presentat en versions de consum ràpid inspirades per *Les mil i una nits* que s'imposa a les urbanitzacions de segona residència a la costa mediterrània o l'estandardització clarament present en la recuperació

de centres històrics i guetos jueus a l'Europa de l'est que acaben reproduint programes de disseny urbà certament similars i previsibles. Es tracta només d'alguns exemples, de diferents moments d'una seqüència global de paisatges caracteritzats per una transposició fàcil, indiferent i comuna pel que fa al lloc.

Però si el paisatge ja no és privatiu d'un lloc determinat sinó que, d'alguna manera, pot fluir i manifestar-se en una multiplicitat de llocs, això significa que no hi ha necessitat de relació, d'apropiació i d'identificació amb el paisatge en un lloc específic. És a dir, s'hauria produït una certa «deslocalització» del procés que crea el vincle entre individu i paisatge a través del lloc. És com si els paisatges s'haguessin posat, així doncs, «en vaga» i haguessin dimitit de la funció que tradicionalment tenien assignada.

Aquests dos processos simultanis, el nou paper de la mobilitat a l'hora de crear els espais de vida i l'existència d'un sentit del lloc paradoxalment deslocalitzat, expliquen, en realitat, la hipervisibilitat actual dels paisatges de la mobilitat. En efecte, si, d'una banda, la mobilitat és la que dóna progressivament sentit als processos de relació, apropiació i identificació entre individu i paisatge i, de l'altra, els paisatges relacionats amb l'habitació van dimitint de la seva funció d'explicar el contingut social i cultural d'aquesta relació, llavors es pot suggerir que és en els paisatges de la mobilitat, els que estan específicament relacionats, com es deia al començament, amb la gestió dels fluxos de mobilitat o amb el suport d'aquesta mobilitat, on haurem de cercar actualment la forma que adquireixen les relacions entre societat i paisatge.

Lluny de ser peces marginals, els paisatges de la mobilitat representen, així doncs, l'escenari privilegiat on actualment es negocien la identitat dels individus i la cultura dels llocs.

## Bibliografia

- Fishman, R. (1998); «Beyond utopia: urbanism after the end of cities», en P. Subirós (ed.), *Ciutat real, ciutat ideal: significat i funció de l'espai urbà modern*, Barcelona, CCCB, pàg. 29-36.
- Garreau, J. (1991); *Edge city: life on the new frontier*, Nova York, Doubleday.
- Indovina, F. (1991); «La città possibile», en F. Indovina (ed.), *La città fine millennio*, Milà, Franco Angeli, pàg. 11-74.
- Muñoz, F. (2001); «urBANALización: territorio y paisaje en la ciudad multiplicada», a J. J. Letria (int.), *A Cidade. Actas dos VII Cursos Internacionais de Verão de Cascais*, Câmara Municipal de Cascais, pàg. 173-208.

Muñoz, F. (2004); «La ville multipliée: métropole des territoriants», en Y. Chalas (ed.), *L'imaginaire aménageur en mutation*, París, L'Harmattan, pàg. 81-100.

Muñoz, F. (2005); «Mobilità e nuove forme dell'abitare», en M. Tadi i F. Zanni (eds.), *Infrastruttura, Architettura e Progetto*, Milà, Libreria Clup, pàg. 16-25.

Muñoz, F. (2006); «El tiempo del territorio, los territorios del tiempo», en J. Nogué i J. Romero (eds.), *Las otras geografías*. Tirant lo Blanc, València, pàg. 235-254.

Muñoz, F. urBANALización. *Paisajes comunes, lugares globales*, Barcelona, Gustavo Gili, en edició.

Nel-lo, O. (2001); «Las áreas metropolitanas. Configuración, expansión, problemática y gobierno de las grandes ciudades españolas», en A. Gil i J. Gómez Mendoza (dir.), *Geografía de España*, Barcelona, Ariel.

Nel-lo, O. i F. Muñoz (2004); «El proceso de urbanización», en J. Romero (coord.), *Geografía Humana. Procesos, riesgos e incertidumbres en un mundo globalizado*, Barcelona, Ariel, pàg. 255-332.

Piccinato, G. (1993); *La construcción de la urbanística, Alemania, 1871-1914*, 1a ed. italiana, Roma, Officina, 1974, Barcelona, Oikos-Tau.

Solà-Morales, I. de (1995); *Diferencias: topografía de la arquitectura contemporánea*, Barcelona, Gustavo Gili.

Sudjic, D. (1991); *The 100 Mile City*, Londres, Flamingo.